

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**



**ТЕЗИ
ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПІРАНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»**

25 березня 2016 р.

ЛУЦЬК - 2016

УДК 658:330.341.1(063)

Тези III міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки». – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – 248 с.

Відповідальний за випуск: к.е.н., професор Морохова В.О.

Рекомендовано до друку вченою радою факультету бізнесу Луцького національного технічного університету.

Протокол № 9 від 16.03.2016 року

Тексти тез представлено в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікації, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

© Луцький національний технічний університет, 2016

КОЛЛЕКТИВНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

На сегодняшний день существует достаточно широкий перечень форм и инструментов финансирования, а, следовательно, и их стоимостных характеристик и особенностей, которые имеют прямое влияние на конечный результат проекта.

Задача обеспечения максимальной эффективности при реализации инвестиционного проекта может быть решена путем оптимизирования бизнес-модели компании, в рамках которой реализуется проект, а также финансовых ресурсов по источникам, формам, инструментам и срокам финансирования с учетом стоимости их привлечения, затратам по обслуживанию, доступности и скорости получения [1, с.53].

Компании нуждающиеся в заемных и привлеченных ресурсах численно преобладают над компаниями, которые способны самостоятельно закрыть собственные потребности в финансировании, особенно это характерно для стартапов (от англ. *startup company*, *startup* – «начало процесса»). Заемный капитал предпочтительнее с точки зрения строго целевого его использования и промежуточного контроля результатов при финансировании проекта, но менее привлекателен с позиции его стоимости. Привлеченный же капитал в меньшей степени может быть подвержен скрупулезному подходу к целевому назначению привлечения, но более привлекателен с точки зрения его стоимости [2, с.77-89].

При реализации инвестиционного проекта достаточно сложно обойтись традиционными и консервативными формами финансирования проектной компании, что обусловлено самим статусом проектной компании, низкой активностью частных инвесторов, нормативно-правовой базой государства. В качестве альтернативных инновационных форм финансирования возможно рассмотреть использование венчурных фондов, краудфандинга, краудинвестинга и тому подобное [3, с.24].

Краудфандинг (англ. *crowdfunding*, *crowd* - «толпа» и *funding* - «финансирование») – как частный случай краудсорсинга, представляет собой процесс привлечения свободных финансовых ресурсов широкого круга лиц (физических лиц, микроинвесторов), руководствующихся собственными интересами, для финансирования, главным образом посредством глобальной сети Интернет, как коммерческих, так и некоммерческих проектов (социальных, политических, культурных), без получения либо с последующим получением инвесторами нефинансового вознаграждения. В качестве вознаграждения может выступать благодарность, некий материальный презент, сувенир и тому подобное.

Краудинвестинг – (англ. *crowdfunding*, *crowd* - «толпа» и *investing* - «инвестирование») – как частный случай краудфандинга, представляет собой процесс привлечения свободных финансовых ресурсов широкого круга лиц (физических лиц, микроинвесторов), руководствующихся собственными интересами, для финансирования, главным образом посредством глобальной сети Интернет, коммерческих проектов с последующим получением инвесторами финансового вознаграждения. Отличительной особенностью краудинвестинга является именно финансовый характер вознаграждения инвестору [4].

На сегодняшний день теоретически обоснованы и реализованы на практике следующие формы краудинвестинга: роялти, народное кредитование и акционерный краудинвестинг. Отличительным признаком той или иной формы краудинвестинга является форма финансового вознаграждения.

В развитии краудинвестинга как на мировом уровне, так и локально, присутствуют следующие задачи, которые требуют незамедлительного решения:

1) развитие краудинвестинга происходит, главным образом, локально в рамках нормативно-правового поля каждого отдельно взятого государства. Более того, практически везде это самое нормативно-правовое поле не в полной мере адаптировано к модели краудинвестинга;

2) популяризация формы инвестирования через краудинвестинг должна опираться в первую очередь не на финансовую выгоду для инвестора, а на возможность принять участие в прототипировании и создании такого продукта, в котором будет личная заинтересованность каждого принявшего участие в финансировании инвестора;

3) адаптация бизнес-модели и бизнес-процессов краудинвестинга к минимизации роли недостатков этой формы финансирования на фоне альтернативных и традиционных форм и инструментов сбережений и инвестирования.

Список использованных источников

1. Нешитой, А.С. Финансы и кредит: Учебник / А.С. Нешитой. - 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 576 с.
2. Романовский, М.В. Корпоративные финансы: Учебник для вузов / под ред. М.В. Романовского, А. И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2014. – 592 с.
3. Никонова, И.А. Проектный анализ и проектное финансирование / И. А. Никонова. – М.: Альпина Паблишер, 2012.
4. Мосс, А. Что такое краудфандинг? / А. Мосс // Портал крауд-сервисов [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding. – Дата доступа: 18.02.2016.

ЗМІСТ

Баула Олена Вікторівна, Мурадов Максат Данатарович <i>Особливості стандартизації у сфері енергоменеджменту в Україні</i>	11
Баховська Ольга Володимирівна <i>Формування кластерів бурякоцукрової промисловості в західному регіоні України</i>	13
Білоус Микола Валерійович <i>Ідентифікація цілей підприємства</i>	15
Бойко Віталій Володимирович <i>Визначення загроз руйнації логістичної інфраструктури сільських територій</i>	17
Бойко Ольга Вікторівна, Андрієвич Тетяна Олександрівна <i>Особливості управління інноваційним розвитком підприємства на засадах стратегічного підходу</i>	19
Бойко Ольга Вікторівна, Потапчук Дмитро Петрович <i>Функціональне забезпечення маркетингової діяльності підприємства</i>	21
Бондаревич Давид Сергеевич, Якубова Ирина Петровна <i>Роль затрат на качество в бухгалтерском учете предприятия</i>	23
Бондарська Катерина Миколаївна <i>Теоретичні аспекти управління виробничим потенціалом підприємства</i>	25
Bartłomiej Bojarski <i>Marketing internetowy jako istotny element działań marketingowych przedsiębiorstw</i>	27
Василик Наталія Михайлівна <i>Сучасні тенденції розвитку організаційних структур</i>	29
Василик Наталія Михайлівна, Магчук Аліна Михайлівна <i>Сутність та складові виробничих ресурсів підприємства</i>	31
Zbigniew Wacławski <i>Model zarządzania niszą w idei rozwoju zrównoważonego i trwałego model management niche in the idea of sustainable development and sustainable</i>	33
Веленда Е.В., Невдах С.В. <i>Нематериальные активы в белорусской практике и за рубежом</i>	36
Войтович Оксана Орестівна, Андрощук Юрій Олександрович <i>Розвиток та проблеми електроенергетики в Україні</i>	38

Володько Павел Людвинович <i>Проблемы в области принятия управленческих решений финансирования инвестиционных проектов</i>	40
Гаврилук Юлія Михайлівна <i>Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємств ліснпромислового комплексу України</i>	42
Галух Михайло Федорович <i>Роль і завдання інноваційної стратегії у забезпеченні розвитку підприємства</i>	44
Гвозд Наталия Анатольевна <i>Формирование инновационных инвестиций как следствие экономического роста</i>	46
Sylvia Gębicz <i>Rola społecznej odpowiedzialności (CSR) w sektorze MŚP</i>	47
Герасимяк Неля Вікторівна, Зіччук Ірина Анатоліївна <i>Сутність комплексного підходу до управління збутовою діяльністю підприємства</i>	50
Герасимяк Неля Вікторівна, Лук'яненко Дарина Володимирівна <i>Перспективні тенденції digital-маркетингу</i>	52
Герасимяк Неля Вікторівна, Оксенюк Катерина Ігорівна <i>Місце підсистеми адміністративного менеджменту в системі управління підприємством</i>	54
Гільорме Тетяна Вікторівна, Масич Тетяна Олександрівна <i>Особливості застосування концепції smart grid у системі енергоменеджменту</i>	56
Гмитронь Наталія Сергіївна <i>Економічні передумови інноваційного розвитку підприємства</i>	60
Гнатюк Олена Петрівна <i>Особливості організації маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств</i>	62
Гнатюк Людмила Анатоліївна, Божидарнік Тарас Вікторович <i>Система реалізації комплексу маркетингу та місце збуту в ній</i>	64
Гомон Татьяна Викторовна, Володько Людвик Павлович <i>Результаты экспертных оценок качества мобильных банковских услуг</i>	66
Гордійчук Василь Миколайович, Шульгач Юлія Юріївна <i>Планування інновацій сучасним підприємством</i>	68

Городиська Надія Михайлівна	
<i>Експортний маркетинг на ринку будівельних матеріалів</i>	70
Демидович Андрій Сергійович	
<i>Впровадження інноваційних методів виробництва у агропромислового комплексу: основна характеристика та перспективи впровадження</i>	72
Демчук Анастасія Іванівна, Кошій Оксана Вікторівна	
<i>Використання сучасних методів управління витратами в інноваційній діяльності підприємства</i>	74
Дідицький Олександр Іванович	
<i>Проблеми інноваційного розвитку хлібопекарської галузі України</i>	76
Домбровський Степан Володимирович	
<i>Методичні засади оцінки трудового потенціалу регіону</i>	78
Драган Владислав Петрович	
<i>Маркетинговий менеджмент: теоретичні аспекти</i>	80
Дроздовська Наталія Юріївна	
<i>Оцінка ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства за елементами комплексу маркетингу</i>	82
Дубицький Олександр Сергійович	
<i>Підвищення ефективності транспортних послуг в Україні</i>	84
Дубровський Віктор Сергійович, Стецюк Олексій Олексійович	
<i>Ефективні комунікації – запорука успіху підприємства</i>	85
Жуковська Ольга Русланівна	
<i>Екологічний менеджмент як один з інноваційних методів підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств</i>	87
Здрілок Вікторія Богданівна, Кльок Богдан Павлович	
<i>Процес інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах</i>	89
Ісаєва Марія Леонідівна	
<i>Основні напрями підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства</i>	91
Карнік Марія Володимирівна	
<i>Міграція робочої сили населення України</i>	93
Карнінська Юлія Анатоліївна	
<i>Диверсифікація як одна з альтернатив розвитку підприємства</i>	95
Качановський Вадим Олегович	
<i>Актуальні проблеми інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні</i>	97

Киевич Александр Владимирович, Койпаш Дмитрий Александрович	
<i>Коллективные инвестиции как инновационная финансовая модель инвестиционного проекта</i>	98
Kinga Klimkiewicz	
<i>Public relations, czyli coś więcej niż tylko promocja</i>	100
Ковальчук Олег Володимирович, Міцах Микола Богданович	
<i>Проблеми формування сприятливого інноваційного клімату в організації</i>	102
Ковтун Андрій Анатолійович	
<i>Роль піар-менеджера у забезпеченні соціально-орієнтованого розвитку підприємства</i>	104
Коленда Наталія Вікторівна	
<i>Поняття та складові системи соціального менеджменту підприємства</i>	106
Корнейчик Марина Владимировна, Онищук Александр Васильевич	
<i>Лизинг как инструмент финансового менеджмента</i>	108
Косінський Петро Миколайович	
<i>Шляхи вдосконалення збутової діяльності хлібопекарських підприємств</i>	110
Котюк Богдан Миколайович	
<i>Підходи до оцінки ефективності системи менеджменту підприємства</i>	112
Кошій Оксана Вікторівна, Табачак Крістіна Богданівна	
<i>Мотивація працівників підприємства до інноваційної діяльності</i>	114
Кошій Оксана Вікторівна, Шевчук Аліна Валеріївна	
<i>Товарна інноваційна політика підприємства</i>	116
Кравчук Вікторія Віталіївна, Білоконь Оксана Леонідівна	
<i>Актуальність розвитку інтернет-маркетингу за сучасних умов діяльності підприємств України</i>	118
Pawel Kuziola	
<i>Media relations a public relations – jak zostać zauważonym w mediach</i>	120
Angelika Kura	
<i>Cykl życia marki – jak przetrwać na obecnym rynku</i>	123
Куцай Наталія Сергіївна, Коровіцький Олександр Романович	
<i>Ефективність інноваційної системи</i>	125

Куцай Наталія Сергіївна, Оніщук Тетяна Юрійвна <i>Інноваційна діяльність підприємств в умовах глобальної конкуренції</i>	127
Лагода І.М. Левичкіна О.В. <i>Інноваційні шляхи розвитку сучасного бізнесу</i>	129
Łukasz Łagodziński <i>Analiza wybranych dysfunkcji i patologii w organizacji</i>	132
Joanna Łazoreczyk <i>Reklama z zasadzki- siła zjawiska ambush w marketingu sportowym</i>	134
Левчук Вікторія Юрійвна <i>Інструменти удосконалення науково-технологічного транскордонного ефекту прикордонних регіонів</i>	136
Левчук Ольга Миколаївна <i>Стратегічне управління витратами підприємства</i>	138
Левчук Тетяна Миколаївна <i>Проблеми венчурного фінансування інноваційної діяльності в Україні</i>	140
Лобочка Вікторія Вікторівна, Фурдись Марія Анатоліївна <i>Важливість підвищення кваліфікації персоналу в діяльності підприємства</i>	142
Лорві Ірина Федорівна, Збишко Костянтин Романович <i>Мотивація підприємницької діяльності на державному рівні</i>	144
Łidia Mazur <i>Brak zaufania jako czynnik ograniczający rozwój organizacji</i>	146
Маркевич Елена Александровна <i>Модели трудовых отношений</i>	148
Матвісіко Надія Ярославівна <i>Особливості формування товарної політики підприємства</i>	150
Матвійчук Олександра Сергіївна <i>Мотивація персоналу в процесі реалізації стратегії</i>	153
Михалевич Павло Миколайович <i>Сутність концепції інбаунд маркетингу та особливості її застосування на сучасному етапі</i>	155
Міх Олена Артурівна <i>Маркетингова товарна стратегія в системі стратегій підприємства</i>	157
Міщук Ярослава Петрівна <i>Маркетинговий менеджмент сільськогосподарських підприємств</i>	159

Морохова Валентина Олександрівна, Левчук Іван Едуардович <i>Концепція управління інноваційним розвитком підприємств на засадах маркетингу</i>	161
Морохова Валентина Олександрівна, Свєтліцька Наталія Володимирівна <i>Особливості формування стратегії інноваційного розвитку підприємства</i>	163
Мостовенко Наталія Анатоліївна, Коробчук Тетяна Іванівна <i>Ключові характеристики кредитного менеджменту</i>	165
Мукосій Катерина Миколаївна <i>Проблема ознайомлення колективу із інноваційними нововведеннями</i>	167
Назарук Ольга Вікторівна <i>Методичні підходи до аналізу ефективності використання персоналу у регіоні</i>	169
Оксенюк Катерина Ігорівна, Столярук Марія Тарасівна <i>Технопарк – рушійна сила інноваційного розвитку підприємства</i>	171
Олексюк Володимир Русланович <i>Управління ресурсним потенціалом підприємства</i>	173
Онук Тетяна Сергіївна <i>Інновації в сфері енергетики України</i>	175
Оселко Наталія Леонідівна <i>Особливості управління кадровим потенціалом підприємства</i>	177
Пожарна Крістіна Сергіївна <i>Менеджмент персоналу виробничих підприємств</i>	179
Потапюк Ірина Петрівна <i>Міжнародний аукціон як інструмент міжнародної торгівлі</i>	181
Рибачук Олена Миколаївна, Завірюха Антоніна Володимирівна <i>Інноваційний розвиток підприємства</i>	183
LuísFrólén Ribeiro <i>Innovation in energy technology business</i>	185
Семенченко Юлія Русланівна, Павлюк Людмила Вікторівна <i>Важливість організації збуту готової продукції виробничих підприємств</i>	187
Savosh Kateryna <i>Green economy as an innovation in sport industry</i>	189
Середа Ольга Володимирівна <i>Проблеми формування та реалізації енергетичних стратегій міст у контексті забезпеченні їх сталого розвитку</i>	190

Сива Світлана Євгеніївна	
<i>Брендингові стратегії як основа успішного виведення товарів на ринок</i>	192
Сидорук Світлана Володимирівна, Бакун Ігор Віталійович	
<i>Історичні аспекти розвитку брендів в Україні</i>	194
Сидорук Світлана Володимирівна, Шворак Олександр Ростиславович	
<i>PR-технології бренд-менеджменту</i>	195
Смолич Дарія Валеріївна, Літковець Тетяна Леонтіївна	
<i>«Тім-білдінг» як основа формування корпоративної культури підприємства</i>	197
Смолич Дарія Валеріївна, Муха Катерина Валеріївна	
<i>Сутність збутової діяльності підприємства</i>	199
Смолич Дарія Валеріївна	
<i>Джерела інноваційної інформації як передумова генерації ідей новачків на підприємстві</i>	201
Стещенко Вадим Олександрович	
<i>Особливості розвитку продовольчих ринків</i>	203
Стрижеус Людмила Василівна, Кравченя Ірина Вікторівна	
<i>Сутність інтелектуально-кадрового забезпечення підприємства</i>	205
Стрижеус Людмила Василівна, Шпак Оксана Миколаївна	
<i>Мотивація як ключовий чинник досягнення успіху підприємством</i>	207
Суша Ангеліна Анатоліївна	
<i>Бізнес-план як перевірка доцільності впровадження інноваційної ідеї</i>	209
Тахасюк Альона Ростиславівна	
<i>Фактори впливу на рівень витрат підприємства</i>	211
Тендюк Алла Олександрівна, Єгоров Володимир Олексійович	
<i>Напрямки удосконалення фінансового забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств</i>	213
Тендюк Алла Олександрівна, Мельник Марина Юріївна	
<i>Реєжиєніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення ефективності управління</i>	215
Тимченко Олена Євгеніївна, Тендюк Алла Олександрівна	
<i>Моделі формування організаційної культури підприємства</i>	217
Титова Ірина Вікторівна, Невдах Сергій Васильєвич	
<i>Выручка по договорам с покупателями в МСФО (IFRS №15) и в белорусском учете</i>	219

Тишук Анастасія Миколаївна	
<i>Вірусний маркетинг як перспективний засіб просування продукції на ринку</i>	221
Ткачук Яна Віталіївна	
<i>Складові потенціалу розвитку підприємства</i>	223
Турич Марія Анатоліївна	
<i>Особливості процесного підходу в управлінні виробництвом</i>	225
Файдевич Анна Володимирівна, Войтович Сергій Ярославович	
<i>Реалізація моделі поведінки споживачів туристичних послуг</i>	227
Фенюк Юлія Юріївна	
<i>Роль інновацій в розвитку сучасних підприємств</i>	230
Филиннюк Ольга Сергіївна	
<i>Теоретичні аспекти управління трудовим колективом</i>	231
Філіна Яна Юріївна	
<i>Перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку Волинської області як сегменту української економіки</i>	233
Хвищун Надія Віталіївна, Токарчук Владислав Володимирович	
<i>Інформатизація освіти: мета, напрямки, ефективність</i>	235
Хом'ярчук Юлія Русланівна	
<i>Проблеми вибору маркетингової стратегії сучасним підприємством</i>	237
Шегинський Олег Володимирович, Кравчук Павло Ярославович	
<i>Дослідження якості кошовності</i>	239
Шух Вікторія Володимирівна, Шегинський Володимир Олегович	
<i>Дослідження показників якості торговельного обладнання</i>	241
Щербік Олена Віталіївна	
<i>Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства</i>	243
Kateryna Machulska	
<i>Linguistic aspect of communication strategies and tactics in the advertising slogans</i>	245